

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi adalah komponen integral dari sistem dan susunan kehidupan sosial manusia dalam masyarakat sehingga dalam kehidupannya di dunia ini manusia selalu terkait dengan kegiatan komunikasi. Kegiatan komunikasi tampak jelas dalam setiap aspek kehidupan manusia sehari-hari, dimulai dari bangun tidur di waktu pagi hari hingga beranjak tidur di waktu malam hari. Hasil penelitian menunjukkan jumlah persentase waktu yang dipakai di dalam suatu proses berkomunikasi sangatlah besar, yakni sekitar 75 persen hingga mencapai 90 persen dari total waktu dalam beraktivitas. Berbagai waktu yang dihabiskan manusia pada proses komunikasi tersebut yaitu dipakai untuk menulis sebanyak 5 persen, untuk membaca sebanyak 10 persen, untuk berbicara sebanyak 35 persen, dan untuk mendengar sebanyak 50 persen. Hasil ini memberikan bukti bahwa betapa komunikasi sangat vital bagi kehidupan sosial pada manusia. Artinya, komunikasi laksana ‘jantung’ dari kehidupan manusia. Kegiatan manusia sehari-hari tak pernah lepas dari adanya komunikasi. Tidak semua orang menyadari bahwa pada hakikatnya tak seorang pun bisa keluar dari kegiatan komunikasi (Suprpto, 2009:4-5).

Komunikasi merupakan aktivitas yang mendasar dalam kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia selalu terhubung dengan manusia lainnya. Manusia ingin mengetahui berbagai hal yang terjadi di sekitar maupun dalam dirinya. Rasa ingin tahu tersebut membuat manusia

berkomunikasi (Cangara, 2010:04). Di era globalisasi ini, manusia mendapatkan informasi melalui perangkat elektronik dan akses internet. Ponsel merupakan salah satu perangkat elektronik yang dapat membantu manusia untuk berkomunikasi.

Terkait dengan komunikasi, media adalah sarana atau alat yang dipakai dalam kegiatan berkomunikasi, seperti menyampaikan dan menerima suatu pesan. Pada beberapa tahun terakhir ini, telah muncul media baru (*new media*) dalam dunia media. Media baru tersebut banyak memberikan perubahan, dan perkembangannya amat cepat yang kemudian membentuk suatu budaya populer. Salah satu dampak dari media baru tersebut yaitu lahirnya media sosial misalnya situs jejaring sosial yang banyak dimanfaatkan oleh berbagai kalangan masyarakat di seluruh penjuru dunia sekarang ini.

Media sosial tersebut adalah suatu sarana komunikasi secara *online* yang merupakan komponen penting dari membangun, memantapkan atau menjalin suatu hubungan antar personal. Jenis media baru ini dapat membuat setiap orang dapat berbicara, berperan serta, berbagi dan membentuk jaringan secara *online*. Selain media sosial tersebut tidak susah digunakan, juga bisa menyediakan seluruh informasi yang diperlukan oleh khalayak luas.

Berbicara tentang media sosial sebagai media baru saat ini takkan terlepas dari jaringan internet. Sekarang ini internet telah menjelma menjadi kebutuhan manusia khususnya dalam mengkonsumsi suatu media, mulai dari mengakses informasi, bersosialisasi hingga hiburan. Akibat dari adanya kemudahan dalam mengakses jaringan internet maka membuat para pemakai media sosial semakin bertambah jumlahnya. Saat ini bahkan media sosial

telah menjelma menjadi salah satu kecenderungan dari gaya hidup (*lifestyle trending*). Kepopuleran pemakaian media sosial di kalangan generasi milenial saat ini tidak terlepas dari fungsinya yang dapat dijadikan sebagai media memperkenalkan diri demi menunjang keberadaan pribadi sebagai manusia.

Facebook dan *Instagram* merupakan dua media sosial yang paling menonjol di antara berbagai macam jenis media sosial saat ini. Fakta ini dipengaruhi oleh total pengguna yang aktif dari kedua media sosial tersebut yang lebih banyak dibanding media sosial lainnya yang kemudian menjadikan keduanya sebagai media sosial dengan jumlah akun yang terbanyak (Hadijah, 2017).

Indonesia merupakan negara dengan pengguna Facebook teraktif nomor 4 di dunia. Sebagaimana laporan riset dari *We Are Social* dan *Hootsuite* pada bulan April 2017. Facebook dianggap semakin mendominasi penggunaan media sosial di dunia. Hingga sekarang, media sosial milik Mark Zuckerberg tersebut telah memiliki sebanyak 1.968 miliar pengguna aktif. Sejumlah 89 persen di antaranya mengakses Facebook lewat *smartphone* dan 61 persen mengakses Facebook setiap harinya. Adapun ditinjau dari jenis kelaminnya, maka pengguna wanita sebanyak 44 persen dan pengguna pria sebanyak 56 persen. Amerika Serikat masih bertengger di peringkat pertama terkait pengguna Facebook paling aktif di dunia saat ini dengan jumlah pengguna sebanyak 219 juta pengguna. Di peringkat kedua diraih oleh India dengan jumlah sebanyak 213 juta pengguna. Di peringkat ketiga diperoleh Brazil dengan jumlah sebanyak 123 juta pengguna, dan di posisi keempat diduduki oleh Indonesia dengan 111 juta pengguna (Reza, 2017).

Sementara itu, Instagram saat ini telah menggandakan basis pengguna, menjadi 700 juta pengguna aktif bulanan dalam dua tahun, didorong oleh Stories, pendaftaran web dan pemasangan yang lebih baik pada ponsel Android *low-end*. Tingkat pertumbuhan Instagram nyatanya semakin cepat. Butuh waktu hanya empat bulan untuk menambahkan 100 juta pengguna terakhir sejak mencapai 600 juta pada Desember 2016, serta butuh waktu enam bulan untuk naik dari 500 juta menjadi 600 juta. Pada tanggal 26 April 2017, Instagram telah mencapai sebanyak 700 juta pengguna. Hal ini membuat Instagram lebih dari dua kali ukuran Twitter. Ada kemungkinan Instagram bakal segera bisa bergabung dengan properti Facebook lain di klub miliaran pengguna, karena WhatsApp dan Messenger memiliki 1,2 miliar pengguna, sedangkan Facebook 1,8 miliar. Adapun *Instagram Stories* mencapai 200 juta pengguna aktif setiap hari pada awal April 2017, melampaui 161 juta total pengguna harian. Penggabungan fitur pesan singkat dan permanen *direct* baru-baru ini menghasilkan 375 juta pengguna bulanan (Erwin Z., 2017).

Beberapa mahasiswa di Kota Malang di antaranya juga menggunakan dan memanfaatkan media sosial, khususnya Facebook dan Instagram. Adapun penggunaan media sosial tidak terlepas dari adanya motif-motif tertentu yang diinginkan oleh setiap individu atau suatu tujuan yang dikehendaki. Motif itu sendiri mencakup penggerak, keinginan, rangsangan, hasrat dan dorongan dalam diri seseorang sehingga menyebabkannya berbuat sesuatu secara singkat atau dengan kata lain yang mendasari perilaku individu tersebut (Sunaryo, 2004:135).

Terdapat penelitian sebelumnya yang telah meneliti tentang motif penggunaan media sosial Facebook dan Instagram. Hasil penelitian Kadir (2014) motif menggunakan Facebook menunjukkan motif informasi sebesar 72%, motif identitas pribadi sebesar 60%, motif integrasi dan interaksi sosial sebesar 86%, dan motif hiburan sebesar 84%. Di antara keempat motif tersebut, maka motif integrasi dan interaksi sosial yang lebih berpengaruh dalam diri responden dalam menggunakan Facebook. Adapun hasil penelitian Puspitorini (2016) tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram dilihat dari aspek informasi dalam kategori sedang dengan kesenjangan 19%, aspek identitas pribadi dalam kategori sedang dengan kesenjangan 16%, aspek integrasi dan interaksi sosial dalam kategori tinggi dengan kesenjangan 16%, dan aspek hiburan dalam kategori rendah dengan kesenjangan 22%. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut maka menarik untuk diteliti tentang motif menggunakan media sosial Facebook dan Instagram secara sekaligus dalam satu penelitian.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Motif Mahasiswa Menggunakan Media Sosial Facebook dan Instagram (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2016 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan, yaitu: apa saja motif mahasiswa menggunakan media sosial Facebook dan Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif mahasiswa menggunakan media sosial Facebook dan Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Diharapkan bermanfaat bagi pengembangan keilmuan melalui upaya mengkaji, menerapkan, menguji, menjelaskan, atau membentuk teori-teori, konsep, maupun hipotesis-hipotesis tertentu.

2. Manfaat Praktis

Riset yang dilakukan bermanfaat untuk konsumsi praktisi komunikasi dan dapat memperluas pengetahuan masyarakat tentang motif dalam menggunakan media sosial.